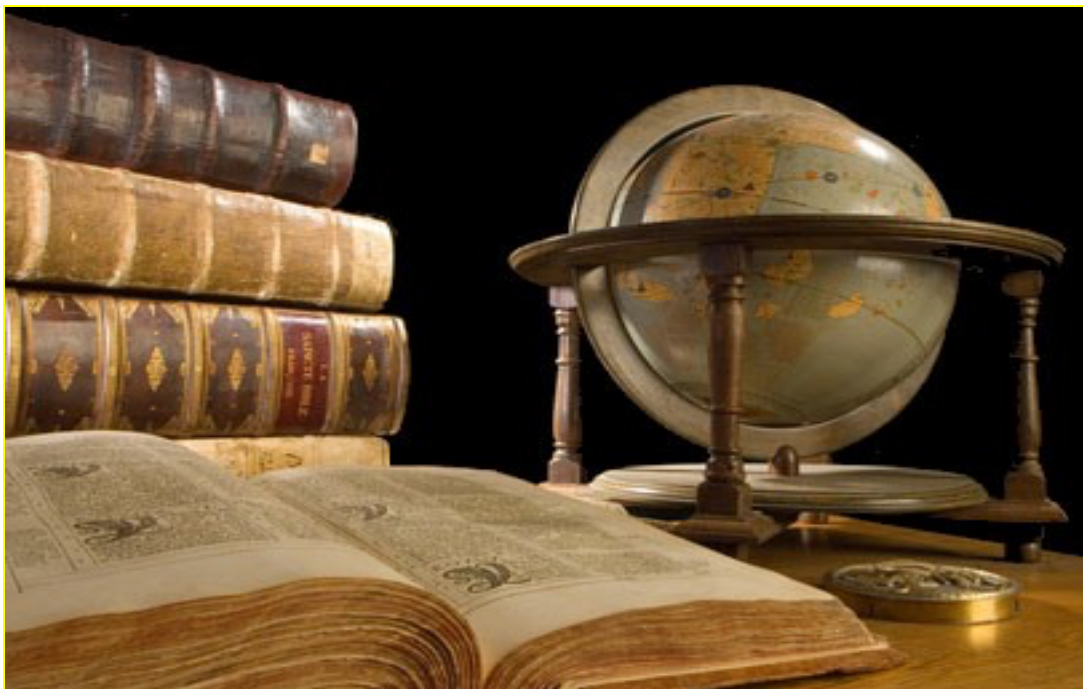


Міністерство освіти і науки України
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
Europejska Wyższa Szkoła Biznesu (Poznań, Polska)
Wyższa Szkoła Zarządzania Ochroną Pracy w
Katowicach (Katowice, Polska)
Wisdom University College (Tirana, Albania)

VI МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ



СТРАТЕГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПРАКТИКИ

23 квітня 2021 р.

м. Кривий Ріг

УДК 005.1(005.21+001.895)(043.2)

СТРАТЕГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПРАКТИКИ: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (23 квітня 2021 року). – Кривий Ріг: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2021. 359 с. ISBN 978-966-385-366-6

Збірник розраховано на наукових та науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти і наукових установ, аспірантів і студентів, практичних працівників і широку читацьку аудиторію.

Голова оргкомітету конференції:

Чернега О.Б. – д.е.н., професор, в.о. ректора Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського.

Члени оргкомітету конференції:

Никифоров Р.П. – к.т.н., доцент, перший проректор Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Кожухова Т.В. – д.е.н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи, міжнародних зв'язків та розвитку Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Бочарова Ю.Г. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Горіна Г.О. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри туризму та країнознавства Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Шендригоренко М.Т. – к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Іванова Н.С. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Остапенко С.А. – к.п.н., доцент, завідувач кафедри іноземної філології, українознавства та соціально-правових дисциплін Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Ніколайчук О.А. – к.е.н., доцент, завідувач кафедри технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи та підприємництва Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського.

Координатор конференції:

Янковський В.А. – Голова Ради молодих вчених Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського.

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Погляди, висловлені в публікаціях, є позицією авторів. Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції та їх наукові керівники.

ISBN 978-966-385-366-6

© ДонНУЕТ
імені Михайла Туган-Барановського, 2021
© Автори тез, 2021

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

**ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ
ЗАСОБИ МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ
НЕСТІЙКОЇ ЕКОНОМІКИ**

Артем'єва О.О.	12
ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ВАЛЮТИ В УКРАЇНІ	
Бондаренко О.О.	14
ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ВОЛАТИЛЬНОСТІ	
Віблій П.І., Лащик І.І., Кулинич А.С.	17
ВПЛИВ COVID-19 НА БАНКІВСЬКУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ	
Віблій П.І., Лащик І.І., Куць П.М.	20
ЗНИЖЕННЯ ПОДАТКІВ З БІЗНЕСУ ТА ФІЗИЧНИХ ОСІБ, ЯК НАДЕФЕКТИВНИЙ ДРАЙВЕР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	
Віблій П.І., Лащик І.І., Омелянчук А.М.	22
РОЛЬ НЕРЕЗИДЕНТІВ НА РИНКУ ОБЛІГАЦІЙ ВНУТРІШНЬОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЗИКИ В УКРАЇНІ	
Дядюра К.В., Янковський В.А.	24
ДИНАМІКА БОРГОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ УКРАЇНИ У ПОРІВНЯННІ З ФРАНЦІЄЮ ВІДПОВІДНО РЕЙТИНГУ «FITCH RATINGS»	
Кузьменко О.В., Єрошенко Т.О.	27
ФОРМУВАННЯ ЗВІТНОСТІ ПРО ПРИБУТОК ТА ЗБИТКИ	
Куліш А.В.	29
ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	
Ліснічук О.А.	31
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСІВ В УКРАЇНІ	
Лядська В.В.	34
АУДИТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: СТАНОВЛЕННЯ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ	
Мулява В.В.	36
ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	
Неівестна О.В., Медун А.О.	38
ДЕПОЗИТНІ ОПЕРАЦІЇ БАНКІВ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	
Павліченко А.	41
ФІНАНСИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ, СУЧАСНІ РЕАЛІЇ	
Паславська О.І., Кибиш Ю.О.	43
УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ В УМОВАХ НОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ	
Сторожук Т.М.	46
ЛЮДСЬКИЙ ФАКТОР В ЕКОНОМІЦІ ПІДПРИЄМСТВА	

Романова О.В., Тупікова Є.	49
ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЯК СУЧАСНИЙ МЕТОД БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	
Хорольський В.П., Квітка Т.В., Серебренников В.М.	52
ЩОДО МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТЕХНОГЕННОГО ЗАБРУДНЕННЯ	
СЕКЦІЯ 2	
ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ФІЛОСОФСЬКО-ГУМАНІТАРНОГО ДИСКУРСУ	
Березоручька О.В., Рибка Н.М.	56
ІТ-ШНИК ЕМПАТУЮЧИЙ: ВЕРСІЯ 2.0	
Богатирьова Г.А., Труфкін А.Д.	58
ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРИТОРІЇ ЗАСОБАМИ ДИЗАЙН ТЕХНОЛОГІЙ	
Буряк Є.А.	60
КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ ЯК СУЧАСНЕ КУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ	
Гавриляк Л.С.	62
ГЕНДЕРНО-ЛІНГВІСТИЧНА РІВНІСТЬ АБО ДОЦІЛЬНІСТЬ ВЖИВАННЯ ФЕМІНІТИВІВ У СУЧАСНОМУ МОВЛЕННІ ФАХІВЦІВ ЗІ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ	
О.Yu. Herasymenko	63
REGULATORY SUPPORT OF ADULT EDUCATION IN UKRAINE	
Дудченко Р. І.	66
РОЛЬ ЕМПАТІЇ У ФОРМУВАННІ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ	
Дядюра К. В.	67
ДІЯЛЬНІСТЬ ВСЕСВІТНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	
Зінченко В.М.	70
СКЛАДОВІ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ	
Іонова Т., Федорова О.Ф.	73
ЗАСТОСУВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ СКОРОЧЕНЬ У МОБІЛЬНИХ ТЕКСТОВИХ ПОВІДОМЛЕННЯХ	
Короткова О.А.	75
РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ ПЕДАГОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ САМОСТІЙНОСТІ СТУДЕНТІВ	
Красилич А.А.	77
ЗАСТОСУВАННЯ ПОДКАСТІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ	
Куц М.О.	80
ТЕХНОЛОГІЯ НАВЧАННЯ ІСПАНСЬКОЇ МОВИ ЯК ТРЕТЬОЇ ІНОЗЕМНОЇ СТУДЕНТІВ МОВНИХ ФАКУЛЬТЕТІВ	
Кушнеренко А. С.	82
АНГЛОМОВНА ТА УКРАЇНОМОВНА РЕКЛАМА: ЛІНГВІСТИЧНІ Й КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ СТИЛЕТВОРЕННЯ	
О.V. Luhoglyad	85
THE VALUE OF FOREIGN LANGUAGES IN BUSINESS COMMUNICATION	

E. Nibur, O.F. Fedorov	87
SPECIFICS OF TRANSLATION OF RESTAURANT BUSINESS TERMINOLOGY	
S. Ostapenko	90
STYLISTIC TRANSFORMATIONS APPLICATION IN THE PROCESS OF LITERARY TRANSLATION	
Пивоваров В.М.	92
ОЦІНКА ПОПУЛЯРНОСТІ СУЧАСНОГО ФІЛОСОФСЬКО-ГУМАНІТАРНОГО ДИСКУРСУ ЗАСОБАМИ GOOGLE	
Рибалка Н.В.	94
ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ РОЗМОВНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ	
Рибка Н.М., Рокитенко В.М.	97
МІРА ПОЗИТИВНОЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ – ВІДСУТНІСТЬ ЗВОРОТНЬОЇ	
Сапожникова В., Федорова О.Ф.	100
ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ДІАЛЕКТІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	
Триндюк А. В.	102
ОСОБЛИВОСТІ КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ЕКСКУРСІЇ ДО МУЗЕЮ	
Н. Udovichenko, Y. Mysnik	104
THE STYLISTIC AND GENRE ORIGINALITY OF DAN BROWN'S NOVELS “ANGELS AND DEMONS” AND “THE DA VINCI CODE”	
Федорова О.Ф.	107
ПІДВИЩЕННЯ ПЕДАГОГІЧНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ ВИКЛАДАЧА ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ ОНЛАЙН-ІНСТРУМЕНТІВ	
СЕКЦІЯ 3	
СТРАТЕГІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
Внукова Н.М., Шорех В.Д.	110
ПОТОЧНА ОЦІНКА РИЗИКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ФІНАНСОВИХ КОМПАНІЙ	
Галіч А.С.	112
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З ПРОГРАМОЮ PROJESTLIBRE ПРИ РОЗРОБЦІ ПРОЕКТУ МЕБЛЕВОГО ВИРОБНИЦТВА	
Городянська Л.В.	115
ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	
Доценко І.О.	118
ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ	
Слісєєв Є.Ю.	121
РОЗВИТОК ОНЛАЙН ОСВІТИ В СВІТІ	
О. Yeliseyeva, O. Kryzhanovska, P. Proshkina	124
ENVIRONMENTAL COSTS AS AN IMPORTANT ELEMENT OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES ACCOUNTING POLICY	
Слісєєва О.К., Овсяннікова Д.О.	127
ОЦІНЮВАННЯ РОБОТИ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	

Слісєєва О.К., Прошкіна П.М.	129
ОЦІНКА ВПЛИВУ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА ЯКІСТЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ	
Іщук С.О., Созанський Л.Й.	131
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ СТРАТЕГІЧНИХ СФЕР СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ У РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	
Кальянов А.В.	134
ІННОВАЦІЙНІ КЛАСТЕРИ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
Кальянов А.В.	136
ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	
Кісіль У.М.	138
АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ З КИТАЄМ	
Колєдіна К.О.	141
СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ	
Кондрат І.Ю., Вряшник А.В.	143
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ	
Кротова А.М.	146
АНАЛІЗ ДИНАМІКИ СТРУКТУРИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ЗА ПРИЧИНАМИ НЕЗАЙНЯТОСТІ	
Кучма В.С.	148
ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	
Лащик І.І., Віблий П.І., Воробій Х.Р.	151
ПОРІВНЯННЯ ПДВ В УКРАЇНІ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД	
Лащик І.І., Віблий П.І., Кардашова Ю.А.	154
ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ	
Лащик І.І., Віблий П.І., Чура С.Т.	156
ДИНАМІКА ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ЗА ОСТАННІ РОКИ	
Лащик І.І., Віблий П.І., Юр Л.В.	159
ВПЛИВ COVID-19 НА ЗДІЙСНЕННЯ БЕЗГОТІВКОВИХ ОПЕРАЦІЙ В УКРАЇНІ	
Лижник Ю.Б.	161
БАГАТОФАКТОРНЕ АВТОРЕГРЕСІЙНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ СЕРЕДНЬОЇ ЗАРОБІТНЬОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ ЗА ОСНОВНИМИ ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Ляховська О. В.	165
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	
Насредінова М.Г.	167
АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ З США	
Полторак А.С.	169
ОСОБЛИВОСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ФІНАНСОВІЙ СФЕРІ	

Романова О.В., Білова Є.В.	173
СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ ЯК СТРАТЕГІЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	
Романуха О.М.	176
РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ КОРИДОРІВ УРІЗ ПРИЗМУ ГЕОПОЛІТИКИ	
Рикун С.С.	178
РОЗВИТОК МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	
Снігур К.В.	181
АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	
Яковенко Ю.В.	184
ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В АЗІЇ: НАПРЯМИ, ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ	
СЕКЦІЯ 4	
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ	
Бондаренко О.О., Білаковська А.Д.	187
ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ УКРАЇНИ	
Временко Л.В.	189
ЦІННІСТЬ ЛЮДИНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	
Галіч А.С., Карабаза І.А.,	191
АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ	
Гольберг Д.О., Карабаза І.А.	194
ІННОВАЦІЇ В ЕКОЛОГІЧНИХ АСПЕКТАХ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ PEPSCO	
Григорцов А.Є., Карабаза І.А.	196
ТРЕНДВОТЧИНГ ТА АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ STREETWEAR ОДЯГУ НА ПРИКЛАДІ БРЕНДУ STAFF	
Деркач М.С., Василюшина Л.М.	199
СУЧАСНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТУ ПРАЦІВНИКА	
Дядюра К.В.	202
ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ДЛЯ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНИ	
Коваль М.М.	205
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ОБ'ЄКТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Кондратенко Д.В.	208
РОЛЬ МІКРОСТРАХУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
О. Onufriienko	211
RESEARCH OF MANAGEMENT AND MARKETING PROBLEMS	
Попова Ю.С., Карабаза І.А.	213
АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ В ПЕРІОД КРИЗИ	

Приходько А.В.	216
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ КАРАНТИННИХ ЗАХОДІВ	
Семенець А.В., Василюшина Л.М.	219
РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
Снопенко Г.В.	222
АДАПТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОЇ ФОРМИ РОБОТИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ	
Тенякова А.А., Студніков Д.К.	224
УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ І ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ	
М.У. Tronenko, А.А. Krasylch	228
MODERN PROBLEMS OF MARKETING AND MANAGEMENT	
Чеботарьов Є.В.	231
НАЦІОНАЛЬНА ДІЛОВА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ ЯК СИНТЕЗ ЗАХІДНОГО ТА СХІДНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
Шептуха О.М.	234
ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	
СЕКЦІЯ 5	
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РЕСТОРАННО-ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ	
Ауліна Р.І., Ніколайчук О.А.	237
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ В ПЕРІОД СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ	
Боднарук О.А., Євсюкова Д.М., Василевська А.О.	239
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ХАРЧУВАННЯ ТА СЕРВІСІ	
Боднарук О.А., Ковальова К.А., Пуханова С.І.	241
ВПЛИВ ІЗОМАЛЬТОЗИ НА ХАРАКТЕРИСТИКИ ЖУВАЛЬНИХ ЦУКЕРОК ПІД ЧАС ЗБЕРІГАННЯ	
Боднарук О.А., Мороз В.О., Кучма А.Ю.	243
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ КУКУРУДЗЯНОГО КРОХМАЛЮ В ТЕХНОЛОГІЇ ПУДИНГІВ	
Боднарук О.А., Філіппова О.Ю.	244
ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА НОВИХ ВИДІВ ЖЕЛЕЙНОЇ МАСИ З ОБЛПІХОВИМ ШРОТОМ	
Бондаренко О.О., Ткаленко М.О.	246
ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ІННОВАЦІЙ В ПРАКТИЦІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ	
Віннікова Л.Г., Синиця О.В.	248
СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТЕРМООБРОБЛЕННЯ М'ЯСНИХ ВИРОБІВ	
Горайнова Ю.А.	250
ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА ПРОТЕЇНАЗНОЇ АКТИВНОСТІ ФЕРМЕНТНОЇ СИРОВИНИ	
Коренець Ю.М., Хорольський В.П.	252
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ ХЛІБА	

Коренець Ю.М., Клевцов Є.Г.	255
БІОНІЧНИЙ СТИЛЬ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
Миснік Я., Ніколайчук О.А.	259
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ТРЕНД	
Мороз В.О., Кучма А.Ю., Горяйнова Ю.А.	261
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ, ЯКІ ПОВ'ЯЗАНІ З COVID-19	
Онищук Н.В.	263
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	
A.V. Poltavets, A.A. Krasyllych	266
MODERN INNOVATIONS IN RESTAURANT BUSINESS	
Попова С.Ю.	268
ШВИДКОЗАМОРОЖЕНІ НАПІВФАБРИКАТИ	
Попова С.Ю.	269
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	
Попова С.Ю., Гудзь В.О.	270
SMM-МЕНЕДЖМЕНТ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	
Попова С.Ю., Коломієць Д.В.	271
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	
Сімакова О.О., Василевська А.О.	273
СУЧАСНІ ПОГЛЯДИ НУТРИЦІОЛОГІЇ	
Сімакова О.О., Євсюкова Д.М.	274
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГУ В УКРАЇНІ	
Сімакова О.О., Шкуро Т.О.	276
ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	
A. Slashcheva	278
INNOVATIVE ICE CREAM TECHNOLOGY WITH HIGH PECTIN CONTENT	
A. Slashcheva, V. Moroz, A. Naumenko	280
PROSPECTS OF CREATION OF FUNCTIONAL ICE CREAM WITH LOW GLYCEMIC INDEX	
A. Slashcheva, O. Solodkyi, A. Vasylevska	282
INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF FUNCTIONAL DRINKS	
Янгічер В.Д.	284
ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНІВ УКРАЇНИ	

СЕКЦІЯ 6

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Андрієнко В.О.	287
ВИБІР МЕТОДІВ АНАЛІЗУ РІВНЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА	
Бадіца А.В.	290
УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЯК ПРОЦЕС РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА	
Бедринець М.Д.	292
РОЗРОБКА (CRASH) ПРОГРАМИ ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА	
Бутенко О.В.	294
АНАЛІЗ ЛІКВІДНОСТІ БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПАТ «АРСЕЛОРМІТТАЛ КРИВИЙ РІГ»	
Віблій П.І., Лащик І.І., Циквас В.І.	297
РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ	
Гринишин В.С.	300
НЕОБХІДНІСТЬ ВИСОКОКВАЛІФІКОВАНИХ КАДРІВ У ВИРОБНИЧОМУ ПРОЦЕСІ	
Згадова Н.С., Нікітін О.Ю.	302
ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ІННОВАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	
Зозуля В.А.	305
БЮДЖЕТУВАННЯ ТА КОНТРОЛІНГ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Кащена Н.Б.	307
ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	
Костакова Л.Д.	309
ПРОЯВ ПРИРОДНИХ ФАКТОРІВ У ГІРНИЧО-ЗБАГАЧУВАЛЬНОМУ ВИРОБНИЦТВІ	
Кравцов О.О., Доманова А.А.	312
ЗАСТОСУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Крупа О.В.	314
КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ ІНСТРУМЕНТІВ	
Y.V. Kudria	316
THE EVALUATION OF THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISE BY THE CRITERION OF DYNAMICITY OF OPERATIONAL ACTIVITY	
Кушнірук А.В., Ніколайчук О.А.	319
ІННОВАЦІЇ В МЕТАЛУРГІЇ: ПРОБЛЕМИ ГАЛУЗІ ТА СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЇХ ВИРІШЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	
Липовецька Ю.М.	321
УКРЗАЛІЗНИЦЯ ЯК ПРИКЛАД ПРИРОДНОЇ МОНОПОЛІЇ	
Лохман Н.В., Ілліджах М.М.	323
СТРУКТУРИЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	

Матвійчук Л.О.	326
СТРАХУВАННЯ РИЗИКІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	
Нієто Гомес С.В.	328
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТАНЦЮВАЛЬНОЇ СТУДІЇ DAN DANCE COMPLEX	
Ніколайчук О.А., Бондаренко К.В., Герасименко К.О.	330
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ	
Околович В.С.	332
МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПЕРСОНАЛУ	
Павлова В.А., Карда Д.П.	335
ОБҐРУНТУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Папіян К.Р.	337
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ	
Полудень В.В.	339
ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Пятачук А.С.	342
ПРАВОВІ АСПЕКТИ БЮДЖЕТНОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ	
Сизоненко Ю.С., Нижник І.М.	345
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	
Тарасенко Г.В.	348
ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
Тохтамиш Т.О.	350
НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	
Фартушна Д.О.	353
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ У МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯМ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Чміль Г.Л.	356
МОДЕРНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	

and Software Technology. Volume 129, January 2021. URL: <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2020.106429>

6. Sonmez J. Soft Skills: The software developer's life manual. NY: Manning Publications, 2014. 504 p.

Богатирьова Г.А.,
к.пед.н., доцент кафедри туризму та країнознавства
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського
Труфкін А.Д.,
старший викладач
кафедри образотворчого мистецтва
Криворізького державного педагогічного університету

ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРИТОРІЇ ЗАСОБАМИ ДИЗАЙН ТЕХНОЛОГІЙ

Нові парадигми соціально-економічного розвитку територій передбачають формування новітньої реальності художнього бачення світу. Мова йде про появу нових глобальних практик культурної діяльності людини, серед яких пріоритетне місце набуває туризм як практика творення культури в цілому. Сьогодні мова йде про мобільний динамічний світ подорожування, що є як реальним, так і віртуальним простором. Класичні форми туристичної діяльності стають більш розвиненими і культурно орієнтованими, вони уявляють собою синтез мистецьких культурних практик.

Формування образу туристичної території передбачає осмислення власної ідентичності, синтез сучасних форм матеріального середовища. Всесвітня організація дизайну наголошує, що місто, як місце людського буття, має оцінюватися з позиції наявності форм, що стимулюють економічний, соціальний, культурний та екологічний розвиток [5].

Вирішення проблеми образу території, яка відображає культурні, історичні, естетичні значення потребує сформованості механізму формування її туристичного іміджу засобами дизайн технологій. Виходячи з того, що туристичний імідж території виступає джерелом формування конкурентних переваг регіону набуває актуальності розробка брендингу туристичної дестинації (логотипу, девізу, символіки, що покликані формувати дух і сутність міста).

Образ туристської території – це сформована у свідомості споживача послуг гостинності сукупність уявлень, асоціацій, думок щодо пропозиції видів послуг, про туристичний продукт території. Бренд туристської території – це, насамперед, ідентичність, системно виражена в яскравих і привабливих ідеях, символах, цінностях та образах [1]. Нами визначені складові дизайн технологій, сукупність яких гармонізує туристичну територію (рис. 1).

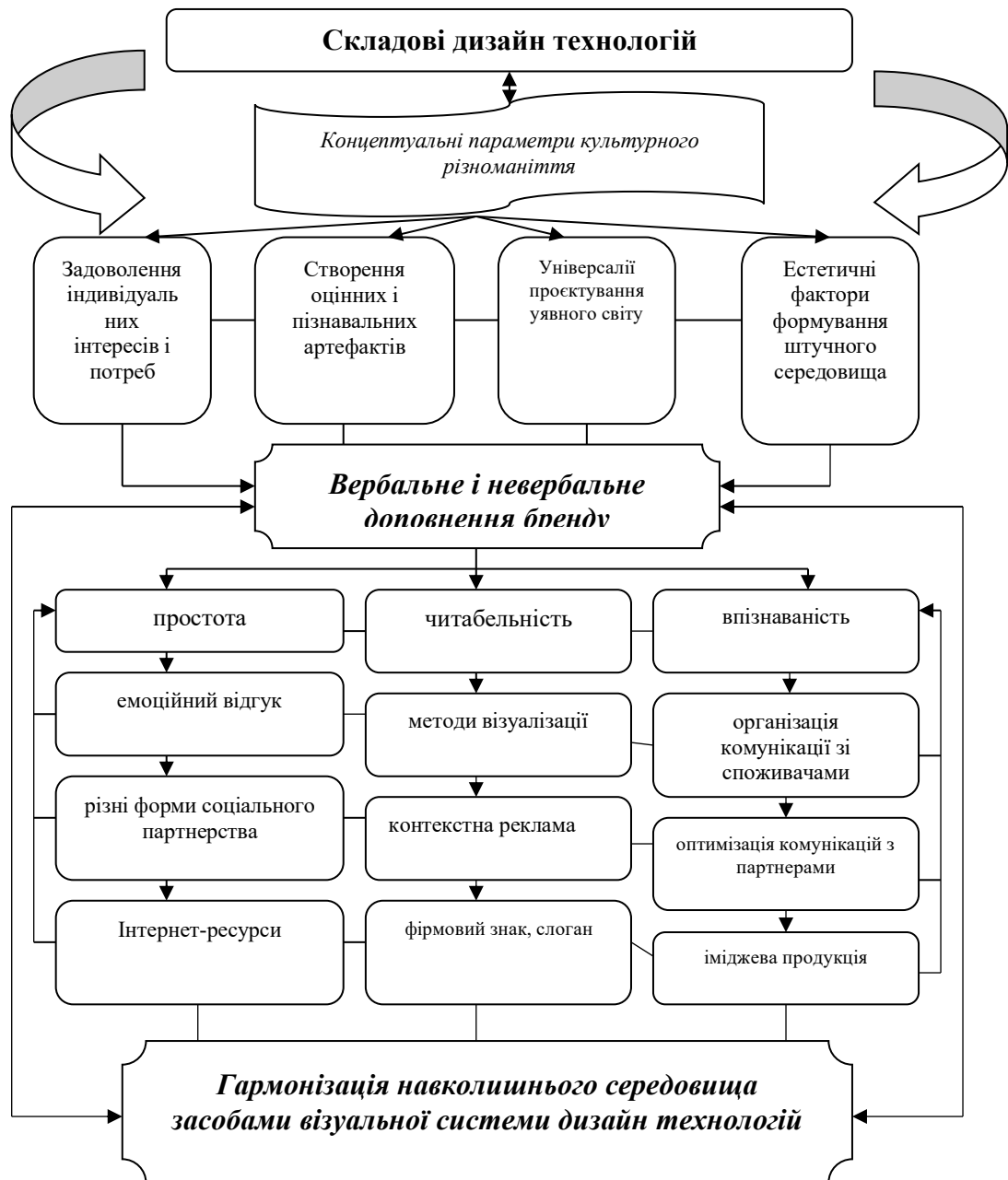


Рисунок 1 – Складові дизайн технологій

Джерело: складено авторами

Використання дизайн технологій дозволить донести до споживача різні види інформації:

- символічну – зоровий образ об’єкта, з яким асоціюється конкретний продукт;
- семантичну – назва бренду, відомості про його символ і слоган;
- похідну – інформацію про репутацію пропонованого продукту, що являє собою сукупність асоціацій, які виникають у споживачів у результаті їх власного досвіду споживання або сформувалися під впливом досвіду інших споживачів.

Дизайн бренду здійснюється шляхом поєднання візуальних, символічних атрибутів, проявляється у логотипі, символічних знаках, кольорах тощо та має на меті сформувати у споживачів привабливі та яскраві асоціації з образом території [3; 4].

Засоби дизайн технологій відносяться до сфери художнього, оскільки при організації предметного середовища використовуються пластична і символічна мова мистецтва. Вони формують візуально-комунікативні складові образу туристичної території, які здатні до обміну інформацією, покликані сприяти появі інтересу до об'єктів інформування, викликати позитивні емоції. Для сучасних туристичних територіальних дестинацій характерне культурне різноманіття, яке підсилюється національно-орієнтованими рекреаційно-туристичними заходами [2]. В сучасних умовах це сполучення звуку та зображення із застосуванням сучасних цифрових технологій та мультимедійних проєктів, коли раціонально організовує художній аудіовізуальний простір за відповідною режисурою, синтез дизайн технологій.

На сучасному етапі актуальним є створення просторового дизайну у 3D, який допоможе донести до споживачів основний задум дизайнерського рішення образу туристичної території.

Література:

1. Гарбера О. Є. Територіальний брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації. *Ефективна економіка*. № 10. 2016. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5182>
2. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури: монографія / В. Я. Даниленко. Х.: ХДАДМ: Колорит, 2005. 243 с.
3. Котлінська Ю. Г. Проблеми та перспективи становлення брендингу в Україні. *Економіка*. 2011. № 3. С. 167-171.
4. Парфіненко А. Ю. Образ, імідж, бренд регіону – чинники формування конкурентних переваг регіонального розвитку. *Туристичний імідж регіону: монографія / за ред. А. Ю. Парфіненка*. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. С 10-34
5. World Design Organization. URL: <https://wdo.org/programmes/wdc/>

Буряк Є.А.,

здобувач вищої освіти спеціальності «Туризм»
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського

Науковий керівник: Богатирьова Г.А.,
к.пед.н., доцент кафедри туризму та країнознавства
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського

КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ ЯК СУЧАСНЕ КУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ

Складові елементи художнього ринку, до яких належить у тому числі галерея, відіграють важливу роль у формуванні арт-простору. Галерея як культурний феномен виникли і сформувались в минулому столітті. В розвинутому ринковому суспільстві вони виступають в ролі посередників між